

**CURS ACADÈMIC: 2001-2002**

**LLICENCIATURA: Periodisme**

**CURS: 4art.**

<b>Codi:</b>	20669
<b>Assignatura:</b>	Mètodes i Tècniques d'Investigació en Comunicació de Masses II
<b>Tipus d'assignatura:</b>	Op
<b>Nº de crèdits:</b>	5
<b>Professorat:</b>	Lorenzo Vilches (Grups 01/02 i 51/52)
<b>Quatrimestre:</b>	1er.

**OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:**

Donar els instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses amb la finalitat que l'alumne el.labori un projecte d'investigació i desenvolupi el seu treball de curs corresponent.

**TEMARI:**

**TEMA I**

La investigació a la comunicació de masses

1. Les demandes de les empreses de comunicació i de les institucions. 2. Els centres i instituts d'investigació en Espanya i en Europa. 3. Les publicacions i el servei Internet entorn a la investigació de la comunicació europees i nord-americanes.

**TEMA II:** Les tècniques d'anàlisi de dades quantitatives i qualitatives.

1. Procediments per a l'anàlisi de les dades. 2. Elaboració del programa d'anàlisi. 3. L'execució del programa d'anàlisi. 4. Obtenció dels resultats. 5. Els diferents factors dels que depèn l'anàlisi de les dades. 6. Diferents tipus d'anàlisi de dades.

**TEMA III:** Investigació en els processos de producció. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. Les demandes de les empreses de comunicació i de les institucions. 2. La investigació sobre els mitjans: la investigació de la producció, del consum, del producte i de la recepció. 3. La investigació en la indústria cinematogràfica: metodologies d'investigació en economia, sociologia i estètica del cinema.

**TEMA IV** La investigació dels gèneres i formats comunicatius. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. Anàlisi dels gèneres informatius i d'opinió. 2. Anàlisi dels gèneres de ficció. 3. Anàlisi dels gèneres d'entreteniment. 4. Anàlisi dels gèneres educatius i culturals. 5. Anàlisi de l'estructura i funcions narratives.

TEMA V: La investigació sobre els productes. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. L'anàlisi dels productes comunicatius. 2. L'anàlisi dels productes comunicatius a partir de l'estudi dels continguts com a punt de partida per a l'estudi de la influència.

TEMA VI: Investigació de la recepció. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. Anàlisi d'audiències: tècniques de medició, mostra i interpretació de resultats. 2. Estudi dels usos dels mitjans. 3. L'anàlisi de la recepció: els contextes de recepció i la interpretació dels missatges.

TEMA VII: Investigació de la influència dels mitjans. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. La investigació de la influència dels mitjans. 2. L'estudi de la influència a partir dels usos dels mitjans. 3. L'estudi de la influència a partir dels processos de recepció.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **BÁSICA:**

- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.
- BERICAT, E. La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida. Barcelona, Ariel, 1998.
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza Editorial, 2001.
- JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.
- PONS, I. Programación de la investigación social. Madrid, C.I.S., 1993.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. Cómo elaborar un proyecto de investigación. Bilbao, Ediciones Universidad de Deusto, 1998.
- TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1996, 1a. ed.

### **COMPLEMENTÀRIA:**

- AA.DD. Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa. Roma RAI VOPT, 1999. Edició a càrrec de Milly BUOANNO.



- BAKEMAN, R. Y. i GOTTMAN, J. M. Observación de la interacción: introducción al análisis secuencial. Madrid, Morata, 1989.
- BARDIN, L. El análisis de contenido. Madrid, Akal, 1986, 21è. ed.
- BLAXTER, L.; HUHES, C i TIGHT, M. Cómo se hace una investigación. Barcelona, Gedisa, 2000
- BOSCH, J.L. i TORRENTE, D. Encuestas telefónicas y por correo. Cuadernos Metodológicos, no. 9. Madrid, CIS, 1993.
- BOUDON, E, i LAZARSFELD, P.F. (comps.) Metodología en las ciencias sociales. Barcelona, Laia, 1985.
- BUSTAMANTE, E. La televisión económica. Barcelona, Gedisa, 1999.
- CAFFAREL, C. i VELÁZQUEZ, T. (coords.) "Metodología de la investigación". (Área de trabajo I). Dins de: A.I.C.E. La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (A.I.C.E.). Madrid, AICE, 1992, pp. 21-123.
- CICOUREL, A. V. El método y la medida en sociología. Madrid, Editora Nacional, 1982.
- FESTINGER, L. i KATZ, D.(comps.) Los métodos de investigación en las ciencias sociales. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.
- GALINDO CÁCERES, J. (coord.) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México, Addison Wesley Longman, 1998.
- GUASCH, O. Observación participante. Madrid, CIS, 1997.
- HARVATOPOULOS, Y. et al. El arte de la encuesta. Bilbao, Deusto, 1992.
- HUERTAS, A. Cómo se miden las audiencias en televisión. Barcelona, Editorial CIMS, 1998.
- JENSEN, K.H. La semiótica social de la comunicación de masas. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1997.
- KRIPPENDORFF, K. Metodología de análisis de contenido. Barcelona, Paidós, 1990.
- KRUEGER, R.A. El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada. Madrid, Pirámide, 1991.
- LAKATOS, I. La metodología de los programas de investigación científica. Madrid, Alianza Editorial, 1989.
- MAYNTZ, R., HOLM, K. i HÜBNER, P. Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid, Alianza Editorial, 1980, 2a. ed.
- MORENO, A. La mirada informativa. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998.
- OROZCO GOMEZ, G. "Dialéctica en la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes". Dins de: Anàlisis. Quaderns de comunicació i cultura, no. 15, 1993, pp. 31-44.
- PUJADA, J.J. El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales. Cuadernos Metodológicos, no. 5. Madrid, CIS, 1992.
- RODRIGO, M. Los medios de comunicación ante el terrorismo. Barcelona, Icaria, 1991.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa. Bilbao, Universidad de Deusto, 1989.
- VELAZQUEZ, T. "La interpretación del discurso cultural-comunicativo en los medios de comunicación". Dins de: A.I.C.E. La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (A.I.C.E.). Madrid, AICE, 1992, pp. 31-34.
- VELÁZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.
- VELÁZQUEZ, T. "Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política". Dins de: Comunicación y estudios universitarios, n. 9, 1999, pp. 53-60.
- VILCHES, L. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2ª ed.

VILCHES, L. Televisión. Los efectos del Bien y del Mal. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2a. ed.

VILCHES, L. Teoría de la imagen periodística. Barcelona, Ediciones Paidós, 1997

VILCHES, L. La migración digital. La investigación en los nuevos medios. Barcelona, Gedisa, 2001

### **METODOLOGIA DOCENT:**

a) Clases teòriques.

b) Projecte d'investigació com a treball de curs: confecció d'un model

### **SISTEMA D'AVAUACIÓ:**

a) Treball de curs

b) Examen final

### **ALTRES QÜESTIONS**

